

## Persönlich

von Muriel Mercier



## Nur bei Federer und «Grey's»

■ Eigentlich bin ich nicht altmodisch oder sperre mich gegen neue Entwicklungen. Im Gegenteil, wage ich zu behaupten. Aber in einem Punkt verstehe ich ganz viele Leute auf dieser Erde nicht: diejenigen nämlich, die sich ab der neuen Technologie, namentlich iPhone und iPad, so ergötzen können. Als hätte es kein Leben vor dem Smartphone und dem Tablet-Computer gegeben. Jederzeit erreichbar zu sein, kann nicht der Hauptgrund sein. Das bin ich mit meinem hundsgewöhnlichen Nokia auch. Mit den angesprochenen kleinen Computern aber ist man fähig, überall und jederzeit Mails zu checken – das heisst auch an den eigentlich arbeitsfreien Sonntagen. Es gibt sogar Freaks, die ohne ihr Spielzeug kein WC aufsuchen können.

Am vergangenen Freitag aber wurde ich eines Besseren belehrt. Seither muss ich zugeben, dass die Dinger auch einen Vorteil haben. Wie denn sonst hätte ich Roger Federers Einzug in das French-Open-Finale mitverfolgen können – zumal ich im Restaurant vor einem saftigen Steak sass. Mein Freund legte mir zuliebe immer mal wieder sein iPhone auf den Tisch und ich bekam live mit, wie Federer nach 16 langen Monaten wieder in ein Grand-Slam-Finale einzog. Vor Aufregung vergass ich am Ende gar, wo ich mich befand, denn das Jubeln nach dem Matchball gegen Novak Djokovic liess ich mir nicht nehmen.

Und auch das iPad hat durchaus sinnvolle Qualitäten. Bei schönstem Wetter hätte ich den Sonntagnachmittag ohne dessen Hilfe in der Stube vor dem Fernseher verbringen müssen, denn um 15 Uhr schlug Federer im Finale gegen den Spanier Rafael Nadal auf. Dank des Mini-Computers des amerikanischen Herstellers Apple Inc. kam es aber ganz anders: Sonnenbaden auf dem Liegestuhl, daneben einen Aperol-Prizz und etwas zum Knabbern. Da störte es mich auch nicht, dass mitten im Match dunkle Wolken aufzogen und ich doch noch ins Wohnzimmer zügeln musste.

Konsequenz dieser Geschichte: Mein Freund ist grenzenlos schadenfreudig. Er geniesst die Tatsache, dass ich bisher iPhone und iPad als unnötig und Zerstörer der freien Abende sowie Wochenenden betrachtete, vergangenen Freitag und Sonntag aber auf die Geräte angewiesen war. Ich kam nicht drum herum, ich habe mich also bedankt und brav geantwortet: Jaja, zum Glück hast du iPhone und iPad ...

Dies soll jetzt natürlich kein Freipass sein, in Zukunft alle paar Stunden Mails zu bearbeiten. Das habe ich gleichzeitig klar und deutlich deponiert. Schliesslich kommt es immer und bei allem darauf an, wofür man etwas nutzt. Ich würde sagen, die Dinger sind in drei Fällen unersetzlich: Dann nämlich, wenn ich ohne sie einen Federer-Match, «Grey's Anatomy» oder den mir absolut heiligen «Tatort» am Sonntagabend verpassen würde.

muriel.mercier@azmedien.ch



Die Baselbieter Staatsanwaltschaft ermittelt gegen die Hanro AG in Liestal, weil sie mit Swissness für Unterwäsche aus Portugal wirbt.

JUN

## Hanro beharrt auf «Swissness»-Label

**Hanro AG** Der Sitz der Unterwäschefirma in Liestal ist trotz Strafuntersuchung nicht gefährdet

VON JOËL HOFFMANN

«Ich sehe mich als Kreuzritter gegen den Missbrauch von Herkunftsangaben», sagt Thomas Minder, der mit seiner Kosmetikfirma Trybol Anzeige gegen die Unterwäschefirma Hanro eingereicht hat (bz von gestern). Der Markenzusatz «of Switzerland» suggeriere, dass Hanro ihre Produkte in der Schweiz produziere. Tatsächlich kommt die Wäsche aber aus Portugal. Das sei ein Vergehen gegen das Bundesgesetz zum Schutz von Marken- und Herkunftsangaben. Minder: «Das ist ein Offizialdelikt.» Die leitende Baselbieter Staatsanwältin Sylvia Gloor bestätigt indes nur, dass eine Strafuntersuchung gegen die Hanro AG eingeleitet wurde. Zum laufenden Verfahren will sie sich jedoch nicht weiter äussern.

Auch am Schweizer Firmensitz der Hanro AG in Liestal will man zum Strafverfahren keine Stellung

nehmen. Dafür äussert man sich am Hauptsitz in Österreich dazu: «Es ist das erste Mal, dass wir mit einer derartigen Klage konfrontiert sind», sagt Stephan Hohmann. Der Geschäftsführer von Hanro International will erst mal abwarten, wie die Baselbieter Staatsanwaltschaft den Fall bewertet. «Wenn der Markenzusatz juristisch nicht haltbar ist, können wir nichts dagegen machen.» Er hält die Marke jedoch für stark genug, sodass er sich keine personellen Konsequenzen für den Standort Liestal vorstellen kann.

### Umstrittene «Swissness»

Minders Vorwurf lässt er nicht gelten: «Wir wollen nicht irreführen und deklarieren klar, dass unsere Produkte in Portugal produziert werden.» Der Zusatz «of Switzerland» gehöre seit je her zum Label und sei keine leere Marketingphrase: «Viele Materialien beziehen wir wegen ih-

rer Qualität aus der Schweiz. Wir könnten auch woanders billigere Produkte beziehen.»

«Es spielt keine Rolle, ob auf der Verpackung «of Switzerland», das Matterhorn oder die Rütliwiese zu sehen ist», entgegnet Minder. Nur

**«Es spielt keine Rolle, ob auf der Verpackung «of Switzerland», das Matterhorn oder die Rütliwiese zu sehen ist.»**

Thomas Minder, Unternehmer

wenn der Hauptproduktionsprozess und die Produktionskosten von mindestens 50 Prozent in der Schweiz liegen, dürfe das Produkt mit der «Swissness» werben. Die Hanro deklariere seine Produkte mit «of Switzerland» und gleichzeitig mit Made in

Portugal: «Das ist weder Fisch noch Vogel.»

### Vergleichbarer Fall in Basel

Minders Argumentation basiert auf der des Basel-städtischen Strafgerichts im vergleichbaren Fall der Kosmetikfirma Juventa, die ebenfalls mit dem Zusatz «of Switzerland» wirbt, ihre Produkte aber in Deutschland produzieren lässt. «Die Firma steht nun vor der rechtskräftigen Verurteilung. Es fehlt nur noch das Strafmass», weiss Minder.

Zum Strafverfahren gegen Hanro kam es, nachdem Minder die Zollverwaltung auf mögliche Verfehlungen der Firma hinwies. Der Zoll beschlagnahmte erste Sendungen mit Wäsche aus Portugal. Groteskerweise kann Minder entscheiden, ob der Zoll weitere Sendungen zurückhält oder nicht. Minder: «Das Strafverfahren ist eingeleitet, weshalb wir auf weitere Beschlagnahmungen verzichten.»

## Imagekampagne gegen «schwarze Zukunft»

**Berufsbildung** Ausbildungsbetriebe habens schwer: Kunden rennen ins Euroland, Lehrlinge werden von Fachhochschulen geködert. Eine Kampagne soll die KMU aufwerten.

VON DANIEL HALLER

«Wo nicht eingekauft wird, wird nicht ausgebildet», stellte Beat Hübler, Präsident der Konferenz der Gewerbe- und Industrievereine (KGIV), gestern im Liestaler Haus der Wirtschaft fest. Wer will, dass sein Kind hier eine Bäckerlehre absolvieren kann, solle die Brötchen nicht in Lörach einkaufen. Christoph Jenzer, Geschäftsführer Jenzer AG in Arlesheim, betonte: «Jeder sollte sich überlegen, was er per Einkaufsverhalten im Ausbildungsbereich bewirkt.»

Der Kampf gegen Einkaufstourismus im Zeichen des billigen Euros ist

nicht die einzige Stossrichtung der Kampagne «Die Zukunft sähe schwarz aus ohne unsere Lehrbetriebe.» «Geht man davon aus, dass Fachleute rund 40 Jahre arbeiten, müssen also für ihren Ersatz rund ein Viertel der Belegschaft aus Lehrlingen bestehen», rechnete Jenzer vor.

Dabei liege ein grosser Teil der Ausbildungslast auf Kleinbetrieben, die diese Quote deutlich übertreffen. Unreife Jugend, bürokratische Alte Doch die Hürden für Lehrbetriebe würden immer höher. Einerseits müssten sie zunehmend «fehlende oder falsch verstandene Erziehung nachholen oder kompensieren». Heutigen Schulabgängern sei oft nicht bewusst, was Arbeiten bedeutet, da sie zu Hause nicht mithelfen und

«multimediale Vernetzung, Fun und Ähnliches im Vordergrund stehen». Andererseits erschwere den Betrieben administrativer Aufwand das Leben:

**«Jeder sollte sich überlegen, was er per Einkaufsverhalten im Ausbildungsbereich bewirkt.»**

Christoph Jenzer, Jenzer AG

Viele kleine KMU-Betriebe können sich eine eigene Lehrlingsausbildung aufgrund der Bürokratie schlicht nicht mehr leisten. Nur indem sie diese Aufgaben an den Lehrbetriebsverbund auslagern, könnten sie weiterhin ausbilden.

### Akademischer Bumerang

Dabei komme die Berufsausbildung von einer weiteren Seite unter Druck, berichtete KGIV-Geschäftsführer Christoph Buser: «Die Durchlässig-

keit zur höheren Ausbildung erweist sich als Bumerang, denn die Leute bleiben nicht mehr in den Betrieben.» Fachhochschulen würden ausgebildete Fachkräfte mit Hochglanzprospekten ködern. Diese Akademisierung zeige sich auch im vom Bundesrat vorgeschlagenen Hochschulförderungs- und Koordinationsgesetz, das die Kantone stärke, die Wirtschaft auf einen Beraterstatus reduziere und so den Praxisbezug schwäche.

Dass die KGIV diese Akademisierung und «einen bürokratischen Koloss im Bildungswesen» ablehnt, kommt in der auf mehrere Jahre angelegten Imagekampagne nicht zum Ausdruck. Stattdessen lobt sie die Lehrbetriebe. «Damit wollen die lokalen und regionalen KMU-Organisationen ihre grosse Wertschätzung gegenüber den ausbildenden Unternehmen ausdrücken», erklärte Hübler. Im Baselbiet beginnen jährlich 2000 Personen eine Lehre, 1800 davon schliessen sie ab.